

Centang-perenang manajemen komunikasi kepresidenan dari Soekarno sampai Megawati

Publikasi mengenai strategi manajemen komunikasi kepresidenan dalam konstelasi state – market – media – civil society di Indonesia masih sangat langka. Buku ini memperlihatkan faktor-faktor yang meningkatkan ataupun mengurangi efektivitas manajemen komunikasi kepresidenan. Aktivitas kepresidenan telah memasuki era media presidency. Media berperan sebagai the defining agency yang membentuk realitas sosial. Tampilan penguasa sebagai legitimate reality kian tergantung hasil kerja media. Presiden sendiri harus mampu menjadi presiden “kuli tinta” dan “mat kodak”. Dengan kata lain, buku ini sangat bsiden serta tim ermanfaat bagi para calon presiden serta tim komunikasi kepresidenan. Mereka bisa menggali beberapa yang patut diperhatikan bagi kepentingan penyusunan dan penerapan strategi komunikasi. Langkah menuju istana memang merupakan along and winding road jalan yang tak mudah dilalui bagi mereka yang hanya memandang lurus kedepan.

